

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ АНАЛИЗА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Габдуалиева Р.С.<sup>1</sup>, Семеркова Л.Н.<sup>2</sup>, Тюкавкин Н.М.<sup>3</sup>, Франк Е.В.<sup>4</sup>

Западно-Казахстанский инновационно-технологический университет, г.Уральск

Пензенский государственный университет, г. Пенза

Самарский национальный исследовательский университет имени академика  
С.П. Королёва, г. Самара

Самарский государственный технический университет, г. Самара

**Ключевые слова:** теоретические аспекты, исследование, понятие, содержание, образовательные услуги, образовательная программа, образовательный комплекс, профессиональная подготовка, уровень образования, рынок труда, ресурсы, образовательная организация.

Образовательный процесс - это «целенаправленный процесс воспитания и обучения индивидуума в интересах государства, общества, человека, сопровождающийся достижением обучающимся установленных государством направлений образования» [1]. Образование является социально-культурной отраслью экономики и представляет собой «комплекс учреждений, предприятий и организаций, направленных на осуществление преимущественно образовательной деятельности, удовлетворение многофакторных потребностей общества в предоставлении образовательных услугах, на развитие и воспроизводство кадрового потенциала государства».

В образовании основным видом деятельности является формирование и реализация образовательных услуг. Имеется ряд направлений исследования данного понятия. Исследователи, занимающиеся анализом образовательных услуг, представляют их как комплекс системы знаний, навыков и умений, которые могут быть использованы для удовлетворения различных образовательных потребностей государства, общества и личности.

Некоторые ученые определяют образовательную услугу как специфическую форму деятельности учебного учреждения [2]. Наиболее распространенным определением образовательных услуг является: образовательная услуга – это система знаний, навыков и умений, информации,

---

<sup>1</sup>Доктор экономических наук, профессор, ректор Западно-Казахстанского инновационно-технологического университета, Республика Казахстан, (г.Уральск).

<sup>2</sup>Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой Маркетинга и электронной коммерции Пензенского государственного университета, (г.Пенза).

<sup>3</sup>Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Экономики инноваций Самарского национального исследовательского университета им. академика С.П. Королева.

<sup>4</sup>Кандидат экономических наук, доцент, проректор по воспитательной и социальной работе Самарского государственного технического университета.

которые применяются для удовлетворения разнообразных потребностей государства, общества и человека [22].

По мнению А.В. Сагиновой продуктом образовательного учреждения является разрабатываемая им образовательная программа для удовлетворения потребности в профессиональной подготовке, образовании, переподготовке или обучении, т.е. получении конкретного социального эффекта (изменение профессионального или образовательного уровня) [16].

Таким образом, вуз является не «производителем» набора выпускников, а разработчиком и организатором учебных программ, которые должны быть ими освоены его выпускниками.

Некоторые исследователи подходят к этому с другой позиции. Они считают вузы производителями специфического товара - «молодых специалистов» [3]. Продуктом вуза является учебная или образовательная программа, как считает А. Панкрухин и ряд других авторов [12].

Основные определения, относящиеся к понятию «образовательная услуга» представлены в таблице 1.

*Таблица 1*

Отдельные определения понятия образовательной услуги

Автор определения	Образовательная услуга вуза - это...
Данилова Т.В. [5]	в современном понятии комплексная совокупность результатов учебного процесса вуза и соответствующих ему обеспечивающих процессов, представленная учреждением ВПО на рынках труда и образовательных услуг, непосредственно нацеленная на удовлетворение конкретно установленных, востребованных и потенциальных образовательных потребностей потребителя.
Зайчикова С.А. [7]	определенная система умений, знаний, опыта и навыков, используемых в целях удовлетворения потребностей государства, общества и личности, направленная на увеличение человеческого капитала
Зотов В.Н. [9]	это совокупность учебной деятельности, определенного объёма научной и учебной информации, удовлетворяемого потребностям гражданина в виде суммы знаний учебного, общественного, и специального характера
Стрижов А.М. [17]	деятельность, включающая взаимодействие субъекта и объекта обучения, по формированию общеобразовательных знаний, направленная на удовлетворение определенных потребностей обучаемой личности
Романова И.Б. [15]	деятельность экономического субъекта, нацеленная на удовлетворение потребности другого субъекта в образовании
Ченцов А.О. [21]	учреждения ВПО, созданные для организации научно-педагогической деятельности. Результат данной деятельности могут быть названы образовательным продуктом или услугой.

Часть таких учёных как Стрижов М.А, Романова И.Б., Ченцов А.О. и др. под термином «образовательная услуга» понимают перечень таких услуг,

напрямую связанных с реализацией основных целей образования. Другие авторы (Зайчикова С.А., Зотов В.Н. и др.) под понятием «образовательная услуга» понимают совокупность научной и учебной информации, которая передается обучаемому в виде определенного объема знаний специального и общеобразовательного характера, а также привития практических умений и навыков для их последующего использования.

По мнению авторов, основной продукт вуза - это набор пяти элементов:

1. Образовательная услуга – как профессиограмма (система существующих норм, признаков, требований характеризующих определенную профессию) или конкретное ее приближение в виде ФГОС, ООП, учебных планов, и пр.

2. Образовательная услуга – как процесс обучения.

3. Образовательная услуга – как создаваемые и предоставляемые вузом условия для самообразования, которые передаются в пользование обучаемому (часть может быть в форме товаров: книги, диски, пособия и т.д.).

4. Образовательная услуга – как диплом (документ об образовании) удостоверяющий факт получения.

Результатом реализации услуг является то, чего стремятся достичь, предоставляя услугу, а под процессом понимают то, в каком виде она предоставляется, в конечном счете - это процесс обучения. Результат предоставления услуг, в данном случае, очень важен, так как конкуренция на рынке образовательных услуг между вузами происходит на уровне процесса образования [2].

Специфический характер или свойства образовательных услуг, которые проявляются и в традиционных формах и характеристиках услуг, а также в характерных чертах, принадлежащих только образовательным услугам, отражены в таблице 2.

Таблица 2

#### Специфические качества образовательных услуг

Характеристика качеств образовательной услуги	Содержание характеристики
Неосязаемость	Малая степень осязаемости предоставляемых образовательных услуг проявляется в том, что нельзя оценить их объем и качество до полного приобретения.
Неотделимость	Данное свойство в отношении образовательной услуги в данном случае предполагает, что в результате реализации такой услуги продавец утрачивает право собственности на этот специфический товар.
Непостоянство качества	Качество образовательных услуг непостоянно и неотделимо от исполнителя. Непостоянство является характеристикой любой услуги. Любая образовательная услуга подвергается изменениям в

	процессе времени. На качество могут влиять определенные проблемы и другие причины.
Несохраняемость	Невозможно заблаговременно заготовить предоставляемые услуги в полном объеме и заранее «поставить их на склад» как материальный товар в ожидании увеличения спроса.
Отсутствие прав собственности на услугу.	В отличие от материальной продукции, после приобретения услуги человек становится ее владельцем только на некоторое время.
Длительность оказания	По сравнению с другими услугами, образовательные имеют более длительный период (от 3 до 10 лет).
Трудность нормирования	Применительно к сфере образования данная характеристика может выступать как неотъемлемая часть образовательной услуги[14].

В исследовании, авторы выделяют основные виды существующих образовательных услуг по представленным признакам классификации (таблица 3).

Таблица 3

### Классификация образовательных услуг

Признак классификации	Классификация образовательных услуг вузов
Решаемые задачи	1.Основные общеобразовательные программы ООП- направлены на комплексное решение задач по созданию адаптации обучаемого к жизни в обществе. 2.Профессиональные программы подготовки - направлены на решение задач повышения общеобразовательного и профессионального уровней, подготовку выпускников соответствующей квалификации.
Период предоставления	1.Долгосрочные – до 10 лет. 2.Среднесрочные –до 4-6 лет. 3.Краткосрочные – до 2 лет.
Формы, виды и методы обучения	1.Традиционные. 2. Курсы дополнительного обучения. 4. Программы переподготовки кадров
Финансирование	1. С оплатой за обучение. 2.Условно бесплатные. 3. Бюджетная оплата.
Форма предоставления услуг	1.Очная. 2. Заочная. 3. Дистанционная.

Для анализа образовательной услуги воспользуемся многоуровневым анализом формирования образовательной услуги (таблица 4).

## Многоуровневый анализ формирования образовательной услуги

Уровень	Экономическое содержание уровня исследуемого продукта
1. Образовательная услуга как нужда в чем-то.	Образование обеспечивает достижение человеком целей жизнедеятельности [13]: Средством достижения данных целей является рост личностных, профессиональных и гражданственных качеств и способностей человека, его социальной и экономической ценности - это и определяет суть образования.
2. Образовательная услуга как потребность.	Дальнейшее формирование продукта вуза определяется достижением выделенных целей. Здесь формируется конкретная потребность человека, которая выражается как способ достижения выбранных целей.
3. Предоставление образовательной услуги.	Первые два уровня – это анализ для формирования и реализации образовательной услуги вуза. Средством для удовлетворения потребности человека служат продукты третьего уровня: предоставление комплекса образовательных услуг. На данном уровне процесс реализации услуги вуза разделяется на два вида: - образовательный процесс; - предоставление возможностей для самостоятельной работы студента.
4. Обеспечение реализации образовательной услуги.	Образовательную услугу третьего уровня нельзя ни использовать, потреблять, ни продать без обеспечения ее реализации, создания условий для ее производства, которые называются вспомогательными средствами поддержки продукта. Следовательно, на четвертом уровне формирования определяется такой элемент образовательной услуги, как: предлагаемый товар под названием «марка данного вуза».
5. Организация продвижения образовательной услуги.	Содержание пятого, уровня формирования продукта (образовательной услуги) – это обеспечение его продвижения набором инструментов, куда включается реклама, гарантии, сервис и т.д. Если продукт предыдущих уровней – это услуга как совокупность ее качеств и свойств, а на пятом уровне - это уже совокупность интегрированных, субъективно воспринимаемых и оцениваемых свойств и качеств приобретенной услуги. В действие вступает новый фактор-психология потребителя услуг.

В экономических источниках встречается довольно много определений понятия и сущности образовательной услуги, но данные трактовки, как и трактовки конкурентоспособности, являются весьма разносторонними и не всегда в полной мере раскрывают данное понятие. Нет единства в формировании определения «услуги» и в словарях русского языка. В одних из них, как, например, в «Словаре русского языка» под редакцией С.И.Ожегова [11] или в «Толковом словаре русского языка» Н.Д.Ушакова фигурирует определение услуги как действия, приносящего пользу другому [19].

Исследовав понятийный аппарат, авторы предлагают собственное определение, которое учитывает главные составляющие части данной экономической категории: «Услуга сферы образования- это социально-экономическая категория, представляющая собой деятельность, в процессе которой одно лицо ( поставщик услуги) передает другому лицу (потребителю услуги) законодательно подтвержденный комплексный набор знаний, компетенций и информации, направленный на развитие и совершенствование личности, духовного и интеллектуального роста, освоения профессиональных навыков и умений, обращение к историческому и научному опыту человечества, воплощенному в общественных ценностях».

Образование, как отдельный, обособленный вид деятельности, в ходе которого осуществляется процесс передачи знаний, информации и формирования у обучаемого определенных компетенций, навыков и умений, появилось давно. Но товаром в его рыночном понятии, образовательные услуги становятся только в двадцатом веке. А, кроме этого, образование должно было выполнять, в основном, педагогические и отдельные культурологические задачи по сохранению культурной и религиозной преемственности, не оказывая заметного влияния на экономические процессы и, следовательно, не подвергалось воздействию экономических механизмов, которые влияли, на сферу услуг.

#### **Список использованных источников:**

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ "Об образовании".
2. Балыхин, Г. А. Управление развитием образования (организационно-экономический аспект) [Текст] / Г. А. Балыхин. - М. : Экономика, 2003. - 428с
3. Браверманн А.А. Маркетинг в российской экономике переходного периода: методология и практика. – М.: Экономика. – 1997.
4. Баженова В.С. Непрерывное образование в условиях трансформации экономической системы: В 2 ч. / В.С. Баженова. — М. : Рос. экон. акад., 2000. — Ч. 1. — 222 с.; Ч. 2. — 330 с.
5. Данилова, Т.В. Бенчмаркинг как основа создания конкурентоспособного предприятия. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2005. – 72 с.
6. Джапарова Р. Маркетинг услуг профессионального образования // Маркетинг. – 2005. – № 4. – С. 55-65.
7. Зайчикова С.А. Новый закон об образовании. Куда пойдем: к инновациям или к стагнации? // Высшее образование сегодня. – 2011. – №1. – С.8-12.
8. Зиннуров А.А. Методологические проблемы создания прогностической модели специалиста Текст. / А.А. Зиннуров. Казань, 2000. — 227 с
9. Зотов В.Н. Разработка стратегии и тактики маркетинговой деятельности вузов на рынке образовательных услуг и научно-технической продукции: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – М.: РЭА им. Г.В. Плеханова, 1997. – 22 с.

10. Лукашенко М.Ф. «Конкуренция» на рынке образовательных услуг // Высшее образование в России. – 2006. – №9. – С.47-56.
11. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: 1995. С. 771.
12. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 1997. - № 7-8
13. Панкрухин, А. Философские аспекты маркетингового подхода к образованию [Текст] / А. Панкрухин // Альма-матер. - 1997. - № 1. - С. 25-30.
14. Песоцкая, Е. В. Маркетинг услуг [Текст] : учеб. пособие / Е. В. Песоцкая. - СПб. : Питер, 2000. – 160 с.
15. Романова И.Б. Конкурентоспособность организации. URL: <http://www.birzhaplus.ru/fin/?9870> (дата обращения: 21.04.2016)
16. Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. - №1
17. Сон Т.А. Инновационные технологии в образовании: стимулы и препятствия Текст. / В.М. Соколов//Вестник ННГУ: Серия «Инновации в образовании». Нижний Новгород: изд-во ННГУ, 2005. - Выпуск 1(6). - С. 202-206.
18. Стрижков, Г.Б. Некоторые нормы качества деятельности преподавателя / Г.Б. Стрижков // Университетское управление. — 2003. № 3 (26). — С. 84 — 90
19. Толковый словарь русского языка. Под ред. Н.Д. Ушакова. Т. 4. М., 1939. С. 992.
20. Тюкавкин Н.М. Анализ современных концепций устойчивого развития отраслей экономики в условиях вызовов XXI века. В сборнике: Динамические и структурные проблемы современной российской экономики. Сборник научных статей. Под редакцией Н.М. Тюкавкина. 2015. С. 110-123.
21. Ченцов А.А. О бизнесе образовательных услуг // Высшее образование в России. – 1999. - №2. с.120-123.
22. Щетинин В.П. Рынок образовательных услуг в современной России // Школа. – 1997. -№3.

## **РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ АО «РОСНЕФТЬ»**

**Калиниченко М.В.<sup>1</sup>**

Самарский национальный исследовательский университет имени академика  
С.П. Королёва, г. Самара

**Ключевые слова:** эффективность функционирования, инновации, реализация, нефтепереработка, Программы инновационного развития, энергоэффективность, экологическая безопасность, инновационное развитие.

---

<sup>1</sup>Соискатель кафедры Экономики инноваций Самарского национального исследовательского университета имени академика С.П. Королева.